

การให้คำปรึกษาเรื่องรถยนต์ในรายการวิทยุ



นางสาวเปรมสุดา สันติวัฒนา

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต

สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน ภาควิชาการสื่อสารมวลชน

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2550

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

THE CONSULTATION ABOUT AUTOMOBILE MATTER ON RADIO PROGRAMS

Miss Premsuda Santiwattana

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts Program in Mass Communication

Department of Mass Communication

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

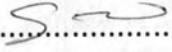
Academic Year 2007

Copyright of Chulalongkorn University


501595

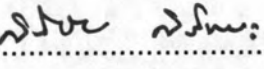
หัวข้อวิทยานิพนธ์ การให้คำปรึกษาเรื่องรถยนต์ในรายการวิทยุ
โดย นางสาวเปรมสุดา สันติวัฒนา
สาขาวิชา การสื่อสารมวลชน
อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริชัย ศิริกายะ


คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยเป็นส่วน
หนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

.....  คณบดีคณะนิเทศศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ ดร. ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....  ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ โอฟาร์ วงศ์บ้านดู)

.....  อาจารย์ที่ปรึกษา
(รองศาสตราจารย์ ดร. ศิริชัย ศิริกายะ)

.....  กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ สุธี พลพงษ์)

เปรมสุดา สันติวัฒนา : การให้คำปรึกษาเรื่องรถยนต์ในรายการวิทยุ. (The consultation about automobile matter on radio programs) อ. ที่ปรึกษา: รศ. ดร. ศิริชัย ศิริกายะ, 223 หน้า.

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทราบถึงรูปแบบการสื่อสารของการให้คำปรึกษาเรื่องรถยนต์ในรายการวิทยุ และเพื่อทราบถึงอัตตะการสื่อสาร (Meta-Communication) ในรายการให้คำปรึกษาเรื่องรถยนต์ในรายการวิทยุ

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งทำการศึกษาจากเทปบันทึกรายการเป็นเวลา 31 ชั่วโมง จากรายการให้คำปรึกษาเรื่องรถยนต์ทั้งสิ้นจำนวน 9 รายการ โดยได้ข้อมูลจากการถอดเทปและรวบรวมข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ถึงถึงลักษณะรูปแบบของการสื่อสารในรายการและอัตตะการสื่อสารร่วมกับแนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ เพื่อความเข้าใจอย่างถูกต้องชัดเจน

ผลการวิจัยสรุปว่า รูปแบบของการให้คำปรึกษาเรื่องรถยนต์ในรายการวิทยุจะมีรูปแบบการให้คำปรึกษา (Consultation) และการสนทนา (Conversation) ร่วมอยู่ในทุกรายการ เพื่อให้การให้คำปรึกษาประสบความสำเร็จ ซึ่งการศึกษารายการให้คำปรึกษาเรื่องรถยนต์ในรายการวิทยุ ทั้ง 9 รายการนี้ สามารถแบ่งลักษณะการให้คำปรึกษาในรายการได้เป็น 3 ประเภท คือ รายการที่ให้คำปรึกษาเป็นหลัก รายการที่ให้คำปรึกษาและพูดคุย และรายการที่เน้นการพูดคุยมากกว่าการให้คำปรึกษา

นอกจากนั้น ยังพบอัตตะการสื่อสาร (Meta-Communication) ในรายการว่ามีความสัมพันธ์ (Relationship) ที่มีความเท่าเทียมกัน (Symmetric) และไม่เท่าเทียมกัน (Asymmetric) ของผู้ฟังที่เป็นแฟนรายการประจำและผู้ฟังทั่วไป โดยมีความแตกต่างกันไปในแต่ละลักษณะของรายการ วิทยากรและผู้ดำเนินรายการ รวมทั้งอัตตะการสื่อสารที่มีการพูดเปรียบเทียบแบบอุปมาโวหาร (Metaphor) เพื่อต้องการทำให้ผู้ฟังเกิดความเข้าใจได้ดีที่สุด การพูดแทรก (Interrupt) เพื่อแสดงอำนาจที่เหนือกว่าและควบคุมการสนทนา และการพูดคุยเพื่อความเพลิดเพลิน (Communication Pleasure) เพื่อดึงบทสนทนา เป็นต้น

ภาควิชา.....การสื่อสารมวลชน.....

สาขาวิชา.....การสื่อสารมวลชน.....

ปีการศึกษา.....2550.....

ลายมือชื่อนิสิต..... *Prusuda S.*

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา..... *Prusuda S.*

4885224128 : MAJOR MASS COMMUNICATION

KEY WORD: CONSULTATION / AUTOMOBILE / RADIO PROGRAMS

PREMSUDA SANTIWATTANA: THE CONSULTATION ABOUT AUTOMOBILE MATTER ON RADIO PROGRAMS. THESIS ADVISOR: ASSO. PROF. SIRICHAIRIKAYA, Ph. D, 223 pp.

The objectives of this research are 1) to study the communication modes used in automobile-related consulting radio programs and 2) to study meta-communication used in such radio programs.

This research is a qualitative research. The data is collected by recording conversations broadcasted in nine automobile-related consulting radio programs which are, in the sum total, thirty three hours in length. The tape recordings are then transcribed in order to analyze for the communication modes, as well as meta-communication by applying number of related concepts and theories to ensure clear and concise understanding.

Findings from the research reveal both consultation and conversation modes being included in all the analyzed radio programs. The reason for this is to achieve the communicative goal set for each radio program. The characteristics of the nine radio programs can be divided in to three categories, namely, consultation focused programs, conversation focused programs, and consultation-conversation focused programs.

The result of the research also shows that there are both symmetric and asymmetric patterns of relationship among the audience of the radio programs. This relationship varies according to the program category, guest speakers, as well as the program's hosts. Furthermore, analysis of the data identifies the a variety of meta-communication such as the use of metaphor to ensure the audience's implicit understanding, the use of interruption to evince power and control the conversation, the use of communication pleasure to continue the conversation, as well as the use of paradox for a persuasive reason.

Department.....Mass Communication...	Student's signature.....	<i>Premuda S.</i>
Field of study... Mass Communication...	Advisor's signature	<i>Assoc. Prof. Sirichai Rikaya</i>
Academic year.....2007.....		

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีจากความกรุณา ความช่วยเหลือและคำแนะนำของรองศาสตราจารย์ ดร.ศิริชัย ศิริกายะ อาจารย์ที่ปรึกษาที่ได้สละเวลา คำแนะนำ ตลอดจนความตั้งใจที่จะให้การทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้อย่างสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณมา ณ ที่นี้รวมทั้ง ผศ.โอฬาร วงษ์บ้านดู่ ประธานกรรมการสอบ และ รศ.สุธี พลพงษ์ กรรมการสอบที่ให้คำแนะนำและข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่อผู้วิจัยเป็นอย่างยิ่ง

ผู้วิจัยขอขอบคุณเพื่อน ๆ ในภาควิชาการสื่อสารมวลชน ทอง หลิน พีโด่ง พีก่อง พีเอีย พีเล็ก พีตันและพี่ชายที่ช่วยเหลือและให้กำลังใจอย่างเต็มที่เสมอมา แม้ในยามที่เราต่างเหนื่อยและท้อแท้กันมากแต่ไหนก็ตาม กุล รุ่นพี่ที่เข้าใจอย่างดีและรุ่นน้องทุกคนที่เห็นอกเห็นใจกัน ตลอดจนกำลังใจจากเพื่อน ๆ เเตยและมด ที่แม้จะไม่เข้าใจการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ แต่เข้าใจถึงความเหน็ดเหนื่อยของผู้วิจัยมาโดยตลอด ขอขอบคุณทุกคนมาก

ขอบคุณพี่ ๆ เพื่อน ๆ และน้อง ๆ ที่สำนักงานประชาสัมพันธ์ ไตโยต้า ที่เข้าใจ ให้กำลังใจ และช่วยเหลือผู้วิจัยตลอดการศึกษานี้ รวมทั้งพี่ ๆ สื่อมวลชนทุกคนที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี

ขอขอบคุณปะป๊า หม่าม้า ที่ให้ความรัก ความห่วงใย เลี้ยงดูผู้วิจัยให้มีความอดทนและตั้งใจในการฝ่าฝืนความสำเร็จที่เหนื่อยยากนี้ รวมทั้งเจ๊เป็ย เจ๊ปิ๊ก เจ๊ปุก หยวน ๆ ปอม ๆ พี่นัทและพี่เนตร ที่คอยถามไถ่ คอยห่วงใย ตลอดจนน้ำตาที่เป็นแรงผลักดันทำให้ผู้วิจัยทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ได้สำเร็จ

สุดท้ายนี้ ขอขอบคุณบุคคลที่ไม่ได้กล่าวถึง แต่มีความเกี่ยวข้องในการให้ความช่วยเหลือและให้กำลังใจ ที่เป็นส่วนสำคัญทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ ขอขอบคุณมากค่ะ

สารบัญ

		หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....		ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....		จ
กิตติกรรมประกาศ.....		ฉ
สารบัญ.....		ช
สารบัญตาราง.....		ฌ
สารบัญภาพ.....		ญ
บทที่ 1	บทนำ.....	1
	ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
	ปัญหานำวิจัย.....	5
	วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	5
	ขอบเขตของการวิจัย.....	5
	ข้อตกลงเบื้องต้น.....	6
	ข้อสันนิษฐาน.....	6
	นิยามศัพท์.....	6
	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	7
2	แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
	สรุป.....	15
3	ระเบียบวิธีวิจัย.....	16
	แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา.....	16
	การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	19
	การวิเคราะห์ข้อมูล.....	20
	การนำเสนอข้อมูล.....	27
	สรุป.....	27
4	วิเคราะห์รายการที่ให้คำปรึกษาเป็นหลัก.....	29
5	วิเคราะห์รายการที่ให้คำปรึกษาและพูดคุย.....	106

	๗
6	วิเคราะห์รายการที่เน้นการพูดคุยมากกว่าการให้คำปรึกษา..... 165
7	บทสรุปและข้อเสนอแนะ..... 218
	ข้อจำกัดในการวิจัย..... 220
	ข้อเสนอแนะ..... 220
	ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต..... 220
	รายการอ้างอิง..... 221
	ประวัติผู้เขียน..... 223

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 3.1.....

17

สารบัญภาพ

	หน้า
แผนภาพที่ 2.1.....	9
แผนภาพที่ 2.2.....	10